

DAFTAR PUSTAKA

- Adityanto, Hizkia Yoland, dan Indah Handaruwati. 2023. "Pengaruh Promosi Online Melalui Facebook Ads terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Batik Cristo." *Jurnal Industri Kreatif dan Kewirausahaan* 6(1): 41–51.
- Amalia et al., 2022. 2022. "Pengaruh Brand Ambassador, Brand Image, Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Mie Instan pada Remaja." *Jurnal Ilmu Manajemen* 10(4): 1227–36.
- Andini, Nabila Suci. 2024. "Compas Market Insight Dashboard: Tren Penjualan Kategori Paket Kecantikan pada Periode Q1 2024." *compas.co.id*. <https://compas.co.id/article/tren-penjualan-paket-kecantikan-periode-q1-2024/> (November 2, 2024).
- Anugrah, Rizqi et al. 2024. "Tren Konsumsi Skincare di Kalangan Mahasiswa Berdasarkan Penelusuran Merek Skincare Terpopuler di Kabupaten Banyumas."
- Arianty, Nel, dan Ari Andira. 2021. "Pengaruh Brand Image dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian." *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen* 4(1): 39–50. <http://jurnal.umsu.ac.id/index.php/MANEGGIO>.
- Arisandy, Yosy. 2018. "Promosi Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Tinjauan Manajemen Syariah." *Al-Intaj : Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah* 4(1): 74–88.
- Boga Tirtawan, I Kadek, Dan Made Mulia Handayani. 2023. "Pengaruh Brand Image Dan Promosi Online Terhadap Keputusan Pembelian Pada Distro Finds Supply Gianyar." *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Equilibrium* 9(2): 248–59. <https://www.ojs.unr.ac.id/index.php/Equilibrium/Article/View/1274>.
- Buchari, Alma. 2015. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran jasa*. 14 ed. Bandung: Alfabeta.
- CNN. 2023. "Viral, Skintific Skincare Paling Diburu dan Raih Banyak Penghargaan." <https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20230227194144-307-918563/viral-skintific-skincare-paling-diburu-dan-raih-banyak-penghargaan> (November 4, 2024).
- Compas. 2024. "Compas Data Market Insight: Shopee Dominasi Top Market Share Kategori Beauty & Care di Ecommerce February 2024." <https://compas.co.id/article/top-market-share-kategori-beauty-care-2024/> (November 4, 2024).
- Danang, Sunyoto. 2013. *Metodologi Penelitian Akuntansi*. Bandung: PT Refika Aditama Anggota Ikapi.
- Dani, I Komang Miarta Surya, dan Ni Ketut Seminari. 2024. "The Influence of Brand Ambassador , Brand Awareness on Purchasing Decisions Moderate Brand Image." *International Journal of Economics, Commerce, and Management* / 1(4): 140–48.
- Elvera, dan Sastra Mico. 2022. "Pengaruh Promosi Online Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Transportasi Online Grab di Kota Pagar Alam." *Jurnal Aktiva : Riset Akuntansi dan Keuangan* 3(1): 29–43.

- Faozi, Ikhsan, dan SB Handayani. 2019. "Analisa Keputusan Pembelian Yang Dipengaruhi Harga Promosi Dan Kualitas Pelayanan Pada PT. Bina Pertiwi Semarang." *Jurnal Ekonomi Manajemen dan Akuntansi* (47): 44–52. <https://ejurnal.stiedharmaputra-smg.ac.id/index.php/JEMA/article/view/354>.
- Fera, dan Charisma Ayu Pramuditha. 2021. "Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Xiaomi Di Kota Palembang." *Publikasi Riset Mahasiswa Manajemen* 3(1): 1–13. <https://jurnal.mdp.ac.id/index.php/prmm/article/view/1611>.
- Firmansyah, Anang. 2019. "Buku Pemasaran Produk dan Merek." *Buku Pemasaran Produk dan Merek* (August): 1–337.
- Ghozali, Imam. 2020. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. 7 ed. Yogyakarta: Badan Penerbit Undip.
- Greenwood, L. G. 2016. *Fashion Marketing Communications*. NJ,USA: Wiley.
- Hurdawaty, Ramon. 2020. "Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Pada Domino 's Pizza Lippo Karawaci Utara." *JURNAL MANDIRI: Ilmu Pengetahuan, Seni, dan Teknologi* 4(1): 66–79.
- Igir, Friani Gloria, Jhony R. E. Tampi, dan Henny Taroeh. 2018. "Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Mobil Daihatsu Grand Max Pick Up." *Jurnal Administrasi Bisnis* 6(2): 86–96.
- Ika Wijayanti, Ratih. 2023. "Siapa Pemilik Skintific? Brand Skincare yang sedang Viral." *IDX Channel*. <https://www.idxchannel.com/inspirator/siapa-pemilik-skintific-brand-skincare-yang-sedang-viral>.
- Indrasari, Meithiana. 2019. *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- Irawan, Pristanto Ria, Abdillah, dan Taryanto. 2022. "Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Pada Home Industry Sandal Kulit Kandangwesi Collection Garut." *Jurnal Muhammadiyah Manajemen Bisnis* 3(2): 61.
- Jamaludin, Achmad, Zainul Arifin, dan Kadarisman Hidayat. 2015. "Pengaruh Promosi Online Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Pelanggan Aryka Shop di Kota Malang)." *Jurnal Administrasi Bisnis* 21(1): 1–8.
- Jatmiko, Agung. 2023. "Media Promosi Online, Pengertian, dan Jenis-jenisnya." *Katadata.com*. <https://katadata.co.id/ekonopedia/istilah-ekonomi/62f46c3408988/media-promosi-online-pengertian-dan-jenis-jenisnya> (November 16, 2024).
- Karima Rizqan, Aliya. 2024. "Memahami Cara Skintific Menaikkan Angka Penjualan dan Peminat." *Binus University*. <https://student-activity.binus.ac.id/imcb/2024/09/memahami-cara-skintific-menaikkan-angka-penjualan-dan-peminat/#:~:text=Pemanfaatan Teknologi Digital Skintific memaksimalkan,dibuat menarik%2C tetapi juga informatif.> (November 4, 2024).

- Keller, Kevin Lane. 2020. *Strategic Brand Management: Building, Measuring and Managing Brand Equity*. 5th Editio. Upper Saddle River: Pearson Prentice Hall.
- Keller, Kevin Lane, dan Vanitha Swaminathan. 2020. *Strategic Brand Management Strategic Brand Management*. United Kingdom: Pearson Education.
- Khulwani, Aimmatul, Citra Savitri, dan Syifa Pramudita Faddila. 2024. “Pengaruh Influencer Janes Christina dan Kualitas Produk Kosmetik Somethinc terhadap Keputusan Pembelian pada Aplikasi Tiktok.” *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah* 6(3): 1317–34.
- Kolinug, Mawar Sharon, Lisbeth Mananeke, dan Jeffry Tampenawas. 2022. “Pengaruh Brand Ambassador Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Revlon (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Sam Ratulangi).” *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi* 10(3): 101.
- Kotler, Philip, dan Kevin Lane Keller. 2012. *Manajemen Pemasaran Edisi 12 Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- . 2016. *Marketing Management*. Essex: Pearson Education.
- Kotler, Philip, Adi Maulana, Bob Sabran, dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen pemasaran*. 13 ed. ed. Wibi Hardani Adi Maulana. Jakarta: Erlangga.
- Mada, Yudhi Prasetya, dan Roynaldi Novenda Putra. 2023. “Online Promotion And Brand Image On Consumer Decisions.” *Novateur Publications International Journal Of Innovations In Engineering Research And Technology [IJIERT]* 10(7): 18–27.
- Martono, Nanang. 2015. *Metode Penelitian Sosial*. Jakarta: Rajagrafindo Persada.
- McNally, David, dan Karl D Speak. 2002. “Be Your Own Brand: A breakthrough formula for standing out from the crowd.” *Buku*: 148.
- Mecadinisa, Nabila. 2023. “Gandeng Nicholas Saputra, Skintific Ajak Masyarakat Indonesia Jaga Skin Barrier.” *Fimela.com*. <https://www.fimela.com/beauty/read/5478297/gandeng-nicholas-saputra-skintific-ajak-masyarakat-indonesia-jaga-skin-barrier?page=3> (November 6, 2024).
- Nastitie, Denty Piawai, dan Riana A Ibrahim. 2023. “Demi Kulit Wajah nan Sehat.” *Kompas.id*. <https://www.kompas.id/baca/muda/2023/03/17/demi-kulit-wajah-nan-sehat> (Januari 22, 2025).
- Nugroho, Iskan Aryo, I Made, dan Bayu Dirgantara. 2021. “Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Pemasaran Online terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada PT. Havindo Pakan Optima).” *Diponegoro Journal of Management* 10(1): 1–11. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>.
- Nuraidina imaniar, Nida Amalia Safitri, dan Abdal Akbar Rahmat. 2024. “Pengaruh Brand Ambassador EXO terhadap keputusan pembelian Scarlett Whitening.” *Jurnal Manajemen dan Pemasaran (JUMPER)* 2(2): 223–31.

- Nurhidayati, Anggraeni. 2020. "Analysis of Product Quality, Promotion and Service to Purchase Decisions." *Bongaya Journal of Research in Management* 3(2): 46–51.
- Oxford Learner's Dictionaries. 2024. "Oxford university press." 62(4). <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/%0Adefinition/english/skincare?q=skincare%0D> (November 2, 2024).
- PDDikti. 2025. "Data Perguruan Tinggi." *Kemdiktisaintek*. <https://pddikti.kemdiktisaintek.go.id/perguruan-tinggi>.
- Pratiwi, Dita Aprilia Nur, dan Suwitho. 2020. "Pengaruh Promosi Online, Harga Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Online Shop Shopee." *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen* 9(8): 1–18.
- Purba, Sjafei Djuli, Jontarudi Wico Tarigan, Mahaitin Sinaga, dan Vitryani Tarigan. 2021. "Pelatihan Penggunaan Software SPSS Dalam Pengolahan Regressi Linear Berganda Untuk Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Simalungun Di Masa Pandemi Covid 19." *Jurnal Karya Abdi* 5(2): 202–8.
- Putri, Arnetta et al. 2024. "Pengaruh Promosi Online Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Konsumen Pada Akun Instagram '@Crsl.Store.'" *Jimp* 4(1): 64–80.
- Putri, Margaretha Olivia, dan Sri Ekanti Sabardini. 2023. "Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Citra Merek Sebagai Variabel Intervening (Kasus Produk Skincare Whitelab Pada Masyarakat Di Yogyakarta)." *Cakrawangsa Bisnis* 4(1): 1–10.
- Rafiah, Kurnia Khafidhatur, dan Desty Hapsari Kirana. 2019. "Analisis Adopsi Media Sosial Sebagai Sarana Pemasaran Digital Bagi UMKM Makanan dan Minuman di Jatinangor." *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah* 2(1): 188–98.
- Rahayu, Sri et al. 2021. "Kajian Tentang Pemasaran Online untuk Meningkatkan Penjualan di Anne Kamper's Pariaman." *Jurnal Pendidikan Tambusai* 5(2): 2652–60. <https://jptam.org/index.php/jptam/article/view/1274/1127>.
- Raintung, Michael Ch. 2019. "Pemasaran Online Produk Unggulan Kota Manado Melalui Media Sosial Online (Studi Pada Mahasiswa Feb Unsrat)." *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi* 7(4): 5276–85.
- Rangkuti, Freddy. 2019. *Strategi Promosi Yang Kreatif & Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Rinnanik et al. 2021. *Ilmu Manajemen Di Era 4.0*. Indramayu: Penerbit Adab.
- Risqy Maudy Inayah et al. 2024. "Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Body Care Herborist di Sidoarjo." *Aplikasi Administrasi: Media Analisa Masalah Administrasi* 27(1): 29–35.
- Romli, Gemintang Chalista, dan Kristina Sisilia. 2023. "Pengaruh Brand Ambassador dan

- Brand Image terhadap Proses Keputusan Pembelian Pada Katering Diet ‘Yellowfit Kitchen.’” JMBI UNSRAT (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi).* 10(1): 523–39.
<https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/jmbi/article/view/47416>.
- Rosanti, Novita, Karta Negara Salam, dan Panus. 2021. “The Effects of Brand Image and Product Quality on Purchase Decisions.” *Quantitative Economics and Management Studies* 2(6): 365–75.
- Royan, Frans M. 2004. *Marketing Selebrities Selebriti dalam Iklan dan Strategi Selebriti Memasarkan Diri Sendiri*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Rusli, Rinaldo, Rabella Dimelati Hutabarat, dan Yonaz Salasa. 2020. “Pengaruh Brand Ambassador dan Word of Mouth Terhadap Brand Image Produk Fashion Damn! I Love Indonesia Di Kalangan Mahasiswa Tangerang.” *Jurnal Komunikasi dan Media* 6(1): 77–89.
- Satriadi et al. 2021. 11 Sustainability (Switzerland) *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Samudra Biru. http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_Sistem_Pembetungan_Terpusat_Strategi_Melestari.
- Schiffman, Leon G., dan Leslie Lazar Kanuk. 2007. *Consumer Behavior*. Edisi ke-6. Jakarta: Indeks.
- Siregar, Syofian. 2015. *Statistika Terapan Untuk Perguruan Tinggi*. Jakarta: Kencana.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Cetakan Pe. Bandung: Alfabeta.
- Suharsimi, Arikunto. 2013. *Prosedur Penelitian : suatu pendekatan praktik*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Suleman, Dede et al. 2023. “The effects of brand ambassador and trust on purchase decisions through social media.” *International Journal of Data and Network Science* 7(1): 433–38.
http://www.growingscience.com/ijds/Vol7/ijdns_2022_118.pdf.
- Sumarwan, Ujang. 2004. *Perilaku konsumen : Teori dan penerapannya dalam pemasaran*. 2 ed. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Sunyoto, Danang, dan Tri Admojo. 2015. *Strategi pemasaran : konsep memenangkan persaingan bisnis dan menakar keberhasilan strategi menarik konsumen*. CAPS (Cent. Yogyakarta).
- Suparwi, Suparwi, dan Syarifatul Fitriyani. 2020. “Pengaruh Product Knowledge, Brand Image, dan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Top White Coffe Mahasiswa FEBI IAIN Kudus 2016-2017.” *BISNIS : Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam* 8(2): 253.
- Suparwo, Adi. 2022. “Effect Of Online Promotion , Price And Brand Image On Purchase

- Decisions For Neosaipress Herbal Products.” 12(2): 2469–74.
- Supomo, Bambang, dan Nur Indriantoro. 2002. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Cetakan Ke. Yogyakarta: Penerbit BFFE UGM.
- Terry, George R. 2021. *Dasar-dasar Manajemen*. Edisi Revi. Indonesia: Bumi Aksara.
- Tjiptono, Fandy. 2019. *Kepuasan Pelanggan – Konsep, Pengukuran, dan Strategi*. Yogyakarta: Andi Publisher.
- Tua, Geo Vanny Maruli, Andri, dan Ira Meike Andariyani. 2022. “Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mesin Pompa Air Submersible Dab Decker di CV . Citra Nauli Electricsindo.” *Jurnal Ilmiah Multidisiplin* 1(4): 140–54.
- Wardani, Sulisty, dan Permatasari Rita Intan. 2022. “Pengaruh Pengembangan Karier Dan Disiplin Kerja Terhadap Prestasi Kerja Pegawai Negeri Sipil (Pns) Staf Umum Bagian Pergudangan Penerbangan Angkatan Darat (Penerbad) Di Tangerang.” *Jurnal Ilmiah M-Progress* 12(1): 13–25.
- Wibowo, Viviana Intan. 2023. “Pengaruh Brand Ambassador Erigo Terhadap Niat Beli Mahasiswa di Yogyakarta.” *Universitas Atma Jaya Yogyakarta*: 10–18.
- Widarjono, Agus. 2010. *Analisis Statistika Multivariat Terapan*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Wisnu Oktyandito, Yogama. 2024. “Siapa Pemilik Skintific? Ini Asal Usul Perusahaannya.” *IDN Times*. <https://www.idntimes.com/business/economy/yogama-wisnu-oktyandito/siapa-pemilik-skintific?page=all> (November 4, 2024).
- Yanuary, Rika, dan Supena. 2024. “Pengaruh Promosi Online dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT . Global Erasiber Teknologi Subang.” *Innovative: Journal Of Social Science Research* 4(2): 8548–56.
- Yulistara, Arina. 2024. “7 Tren Skincare 2024, Ada Skincare Hormonal Hingga untuk Kulit Stres.” *Wolipop*. <https://wolipop.detik.com/makeup-and-skincare/d-7123502/7-tren-skincare-2024-ada-skincare-hormonal-hingga-untuk-kulit-stres> (November 2, 2024).
- Yunita, Puput, dan Lies Indriyatni. 2022. “Pengaruh Brand Image , Daya Tarik Iklan , Dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian MS Glow (Studi Kasus Pada Pelanggan MS Glow Kota Semarang).” *Prosiding Seminar Nasional UNIMUS* 5: 279–87.
- Yusri, Ahmand Zaki dan Diyan. 2020. *7 Jurnal Ilmu Pendidikan Teori, Metode dan Praktik Penelitian Kualitatif*.